中国传统典籍的分类指导阅读推广模式研究

王彦力　冉蔚然　杨新涯
重庆大学图书馆　重庆 400044

摘要：[目的/意义]为更好地对中国传统典籍进行阅读推广,提出对中国传统典籍进行分类指导阅读推广,并以此分类为基础提出有针对性的各类不同推广策略。[方法/过程]界定适合阅读推广的中国传统典籍范围,建立以阅读推广为基础的中国传统典籍分类书目体系,梳理研究中国传统典籍推广现有模式及案例。[结果/结论]建立起一套以阅读推广为基础的中国传统典籍自主分类体系,面向不同阅读群体提出各具特色的推广模式,促进中国传统典籍阅读推广工作的高效与可持续发展。

关键词：中国传统典籍　分类指导　阅读推广模式
分类号：G252.1
DOI:10.13266/j.issn.0252-3116.2019.03.009

1 引言

传统典籍在我国具有十分重要的价值,是中国文化体系的重要组成部分,是最深厚的文化软实力之一,因此得到党和国家的高度重视。党的"十八大"以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视、推崇中华优秀传统文化的传承发展,要求树立文化自信;2017年习近平总书记在党的"十九大"报告中再次指出:"要坚定文化自信,要深入挖掘中华优秀传统文化蕴含的思想观念、人文精神、道德规范,结合时代要求进行传播、继承和创新,让中华传统文化展现出永久魅力和时代风采"。而中华传统文化的主要载体就是典籍,对于传统典籍的推广,成为中华传统文化传承和传播的重要工作,因为上达中国传统文化的渗透、传承、发扬,下至国民精神、文化、素质的提升都离不开承载千年文明的传统典籍的引领,加之传统典籍的文化价值、学术价值和文物价值等,促使着我国不断提升对传统典籍的重视程度,不断加大对传统典籍的研究、保护和阅读推广。

图书馆是阅读推广的主阵地,一直积极组织各项传统典籍的阅读推广活动[1]。社会各界也积极响应推进传统典籍的全民阅读,随着"中国诗词大会"、"经典咏流传"等综艺节目的热播,传统文化热持续增长,刺激了社会大众对传统典籍阅读的需求。但是在这个热潮中,因为传统典籍的内容、载体的特殊性,往往与不同层次读者的需求存在误差,且推广方式单一,未形成既规范又灵活的阅读推广模式,甚至出现了歪曲国学、黑化传统文化等极端案例。因此本研究按照"分类指导"原则,研究和规范传统典籍的阅读推广方式,提供满足不同群体需求的、从内容到形式高度协调一致的阅读推广模式,夯实中国优秀传统文化建设的根基,为树立坚定的文化自信打下基础。

2 中国传统典籍阅读推广的意义

近十年来,我国在传统典籍的数字化保存、修复、编目、专业人才培养,以及典籍利用等方面取得了长足进步,但在传统典籍的阅读推广工作中仍存在很多亟待解决的问题。一是传统典籍的阅读推广大多停留在理论研究层面,绝大部分推广方法不具备普遍性,无法满足绝大部分读者对典籍阅读的需求,导致读者的阅读深度、广度不够;二是传统典籍服务与不同层次读者的需求存在误差,无法满足不同背景、层次读者的需求,诸如专业学者无法从普适性典籍推广中获取有效信息用于个人研究、而儿童无法从适用于成年人的典籍宣传中获得阅读兴趣等问题;三是目前的典籍阅读推广方式多数部分略显枯燥、单一,且未形成既规范又灵活的阅读推广模式,存在或曲高和寡、或无趣乏味等问题,甚至出现了歪曲国学、黑化传统文化等极端案例,让传统典籍蒙上了"不白之冤"。因此笔者希望通

作者简介:王彦力(ORCID:0000-0002-8251-9089),馆员,硕士,E-mail:wangyanli@cqu.edu.cn;冉蔚然(ORCID:0000-0002-6272-4392),助理馆员,硕士;杨新涯(ORCID:0000-0002-5267-4993),馆长,研究馆员,博士。
收稿日期:2018-06-15　修回日期:2018-08-11　本文起止页码:67-72　本文责任编辑:杜杏叶

图书情报工作
第63卷 第3期 2019年2月

过对传统典籍阅读推广研究，提出按照分类指导原则开展相关活动，推动传统典籍阅读推广的发展和应用，其意义主要体现在三方面：

2.1 传统典籍推广是阅读推广工作中的重中之重

典籍镌刻着中国之精神，民族之灵魂，是中华民族的历史记忆、思想智慧和知识体系，是中华民族最深层的精神追求。做好传统典籍的阅读推广工作是实现全民阅读的重要基础，是树立文化自信的重要方式。

2.2 按照分类指导原则构建传统典籍阅读推广模式，规范推广流程

传统典籍推广中必须建立完善的阅读推广方式，使其朝方式多样化、模式多元化的方向发展，构建分类指导的规范推广模式，让不同类型的读者更系统、更主动接受传统典籍中蕴含的内容，进一步的规范中国传统典籍的推广现状，杜绝歪曲国学、黑化中国传统文化体系、崇洋媚外等极端现象。

2.3 新时代环境下，提供差异化阅读推广模式

不同阅读群体的典籍内容分类和差异化的阅读推广模式，不仅生动具体的展示并传递典籍的内容和思想，以最大程度、最优方式满足社会不同群体对传统典籍的阅读需求，还能给予全面的阅读推广模式以参考和借鉴，真正将阅读推广的理论研究落实到实践操作中，提升不同群体的整体阅读水平。

3 中国传统典籍阅读推广研究现状及主要问题

3.1 中国传统典籍阅读推广的研究现状

国内外都高度重视传统典籍的研究、保护和推广，通过大量的阅读推广实现传统典籍价值。目前图书馆已积累了丰富的阅读推广经验，以经典名著与话剧对话、带本书去旅行、经典阅读推广、阅读微推广等品牌化的阅读推广活动得到了读者的追捧，一些传统典籍的推广逐渐规范起来。从阅读推广的方式方法来看，通过开展真人图书馆、读书讲座、展览、读书会、演讲会、阅读征文、名著名篇朗诵、读书之星、报告会、主题论坛、专题陈列、新书推荐、图书漂流、优秀书展、网络竞赛、音乐和影视欣赏、参观考察、学术研讨等[2-3]；如太原市图书馆通过开展活字印刷体验、古籍线装书制作等古籍阅读推广活动，创新读者的阅读体验[4]。从阅读推广的时效性来看，建立阅读推广的短效和长效评估机制[5]，定期评估阅读推广活动成效。从阅读推广的物理空间来看，采取馆内阅读推广模式、馆外阅读推广模式和网络阅读推广模式[6]。此外还有通过跨媒体的阅读推广、创建阅读工具包、加强各馆之间阅读推广活动交流、加大宣传力度等措施进行阅读推广[7]，如曾淑贤以台湾汉学研究中心阅读推广为例，通过成立数字中心，建置国际中文古籍联合目录数据库，进行古籍的数字化建设，以展览、讲座、制作数字古籍教材等形式推广古籍阅读[8]。美国图书馆界有专门的善本与书稿委员会，其工作职能主要是促进古籍文献的获取、保护、保存及阅读推广[9]。英国、美国的大学图书馆出现利用AR增强现实技术，实现了对传统典籍的可视化研究和利用[10]。

3.2 中国传统典籍阅读推广存在的问题

当前对传统典籍的阅读推广现状可堪忧虑，一是基于公共图书馆的传统典籍阅读推广研究，如桑丽影通过调研国内具有代表性的32所公共图书馆的古籍阅读推广现状，发现存在对古籍阅读推广不重视、古籍阅读意识淡薄等问题[11]。二是基于高校传统典籍阅读推广的调研分析，当前大学生的传统典籍阅读量不足，如谌东飚通过调研高校理工科学生传统文化典籍的阅读现状，针对性提出开设传统文化课程及开列传统文化典籍阅读书目等措施以期提高高校学生的传统文化水平[12]。

鉴于此，笔者依照中小学生课程阅读需求及高校学生拓展阅读需求，以从易到难、从通俗到深奥、从大众到专业的标准罗列44本（种类）书籍并设计问卷，于2018年6月10日在重庆大学图书馆及重庆交通大学图书馆内针对全天入馆读者进行中国传统典籍阅读情况问卷调查，一天时间内发放问卷300份，回收有效问卷249份。从结果数据不难看出，作为拥有图书馆强大知识储备与数据支撑的高校学生群体的传统书籍阅读水平不容乐观，广大社会群体的传统典籍阅读状况更是堪忧。

因在理工科为主的高校中进行调查，参与问卷的理工科学生231人比例高达92.77%，人文社会类学科学生18人比例仅为7.23%。在阅读时间方面，40.96%的读者在一年内（或更久远）读过传统书籍，26.1%在半年内读过，15.66%在一个月内读过，仅有17.27%在一星期内读过。在"接触学习传统典籍相对集中的阶段"一题中，高达59.84%的读者选择了中学阶段，学龄前阶段、小学阶段、大学阶段分别是5.22%、23.69%、9.24%。详情见表1。

此外在分类指导阅读推广方面，分级分类阅读推广模式在公共图书馆界较为常见，高校图书馆中分级分类推广比较少见，燕山大学图书馆重点针对大一学

表 1　重庆大学图书馆传统典籍阅读情况读者调查问卷

传统书籍目录	阅读人数	比例
1《笠翁对韵》	18	7.23%
2《三字经》	170	68.27%
3《诗经》	152	61.04%
4《李白全集》	79	31.73%
5《杜甫全集》	62	24.90%
6《陶渊明集》	41	16.47%
7《龚自珍全集》	8	3.21%
8《韩昌黎文集》	9	3.61%
9《苏东坡全集》	36	14.46%
10《嵇康集》	10	4.02%
11《窦娥冤》	56	22.49%
12《西厢记》	34	13.65%
13《牡丹亭》	42	16.87%
14《漱玉词》	12	4.82%
15《稼轩长短句》	18	7.23%
16《剑南诗稿》	6	2.41%
17《河东先生集》	11	4.42%
18 四大名著	187	75.10%
19《人间词话》	45	18.07%
20《论语》	130	52.21%
21《道德经》	48	19.28%
22 诸子百家作品	26	10.44%
23《左传》	27	10.84%
24《楚辞》	24	9.64%
25《吕氏春秋》	19	7.63%
26《史记》	61	24.50%
27《汉书》	12	4.82%
28《资治通鉴》	37	14.86%
29《周易》	19	7.63%
30《黄帝内经》	9	3.61%
31《本草纲目》	15	6.02%
32《金石录》	2	0.80%
33《山海经》	34	13.65%
34《水经注》	7	2.81%
35《论衡》	2	0.80%
36《世说新语》	39	15.66%
37《文心雕龙》	12	4.82%
38《六祖坛经》	5	2.01%
39《四书章句集注》	4	1.61%
40《传习录》	4	1.61%
41《焚书》	4	1.61%
42《日知录》	1	0.40%
43《明夷待访录》	3	1.20%
44《读通鉴论》	3	1.20%

生进行阅读跟踪，提出大一新生对阅读认知的 4 种类型及重点推广对象，成功培养起学生的阅读固化习惯，有效保证随着年级增长依然保持对阅读的需求[13]。而针对传统典籍的分类阅读推广模式无论在高校图书馆还是公共图书馆都鲜有实践案例。但从公共图书馆的分级分类阅读推广成果来看，分众阅读、分类读物阅读、分级分类的推广模式能够更精准的针对读者群体进行成功的阅读推广，效果明显高于笼统性质的阅读推广模式。因此，针对传统典籍的分类阅读推广模式应该全面推广。

4　分类指导原则下的阅读推广模式

4.1　适用于阅读推广的传统典籍分类体系

中国传统典籍的分类以《全国古籍普查平台分类表》为准，即经、史、子、集、类丛、新学 6 部，但该分类表以图书馆馆藏为目的，不适合在具体的阅读推广中呈现，图书馆应对中国传统典籍进行以典籍内容、典籍规模及难易程度、典籍的目标受众群体等为标准的划分，并以该分类为基础，依次对每一分类进行相对应的阐释与分析，最终以阅读推广的需求为导向，编制适合开展阅读推广的传统典籍书目，选取适合该类别的传统典籍，开展具有针对性的阅读推广活动。结合调研结果和阅读推广实践，可以按照下面三种分类体系进行传统典籍书目构建：

4.1.1　按照读者对象分类　根据读者的阅读能力、理解能力、时间允许、精力投入等方面，将读者对象划分为儿童、中小学生、高校学生、成年人、特殊群体 5 个部分。

（1）儿童群体指 0－6 岁学龄前儿童，该目标群体由于年龄幼小，阅读量小、理解力弱、注意力持续时间短。需挑选篇幅短小、内容浅显、语言简单有韵律感、必要时可与图画音像结合的内容，如启蒙书籍、简单诗词、经典故事等。

（2）中小学生指小学一年级至高中三年级的学生群体，该目标群体理解力、注意力、阅读能力随年级上升逐步增加，课内课外并重，整体呈现阅读量大、理解力逐步增强、阅读刚性需求大的特点。建议与课程紧密结合，随年级上升拓展阅读范围、加深阅读深度。如由学习《从军行》时将阅读范围拓展到边塞诗、学习《论语》《劝学》时拓展到更多非教材选录的篇目。

（3）高校学生指大学一年级到博士这一学生群体，该目标群体对阅读要求非常大，有独立理解、接受能力；但阅读量小、阅读时间短散、无心阅读等负面情况广泛存在。在选择阅读书籍时需加深选文的广度和深度，广泛涉猎同时着重经典推荐，如《人间词话》《古文观止》《史记》、明清小说等。

（4）成年人群体是最庞大的一个群体，该目标群体的阅读量、理解力、时间和精力投入的个体差异巨大，阅读需求大与“欲读而不能”的现状形成鲜明对比。需“普遍性”与“特殊性”并存，思想深刻如《传习录》，内容广博如《四书章句集注》，通俗性强如评书话本等，总有符合需求的典籍。

(5)特殊群体特指聋哑人、盲人、肢体残疾、智力残疾等特殊群体，该群体由于身体机能缺失导致对阅读内容、阅读条件、阅读环境等客观条件明显高于其余目标群体，必须区别对待。如对聋哑人多采用文字、图像方式，对盲人多采用盲文、有声读物、说唱故事等方式。

4.1.2 按照典籍内容分类 以现代人阅读习惯为标准、根据全国古籍普查平台分类表及中国图书馆分类法分类标准，在阅读推广过程中将传统典籍划分为 5 大类：

(1)文学类。主要内容为集部、经部、子部小说类内容，该部分占据传统典籍的比例和在阅读推广推荐书籍中的比例均较大。该类典籍的推广方式有较多的先例可循，如经典诵读、主题展览、名家讲座、影视化、绘本化等较为常见且效果显著。

(2)历史类。主要内容为史部大部分，该部分典籍是研究我国古代史的重要来源。针对该类典籍的推广方式需尽量区分"史""志"等多个不同标准，针对不同标准使用不同方法。如正史类《二十四史》与传记类《烈女传》推广模式必定差异明显。

(3)政治军事法律类。主要内容为史部政书类职官类诏令奏议类、子部兵家类法家类等，记录中国古代军、政、法的发展流变，如《大明律》《历代职官表》《江防总论》等，既是学术研究的重要文献，亦是现代律令文书的参考来源。

(4)宗教类。主要内容为子部宗教类，宗教是古代中国人在生产力不发达时的重要信仰，随着社会生产力不断发展宗教的意义逐步式微，因此宗教类典籍需慎重推广。

(5)专业类。主要内容为艺术、医学、农学、科学、语言等多种专业类别，包括子部艺术类、子部医学类、子部农学类、子部天文历算、子部术数类数学之属等。专业典籍的推广，针对专业人群进行目标性推广是最重要的方法。

4.1.3 按照典籍的难易程度分类 在阅读对象选择过程中，"由简到难"是普遍标准。传统典籍具有文字书写、语法构造、竖向排版等与现代文相去甚远的特点，因此按照典籍难易程度将传统典籍划分为通俗易懂、雅俗共赏、专业典籍、晦涩难懂 4 个分类。

(1)通俗易懂的典籍。普遍具有内容易懂、语言流畅、结构清晰等特点，堪称家喻户晓，如诗词中李白诗、杜甫诗、李清照词、陆游诗词等；剧曲《西厢记》《牡丹亭》等；小说《红楼梦》《隋唐英雄传》等；诸子百家作品中的《论语》《孟子》等。

(2)雅俗共赏的典籍。思想更高远、内容更深远、行文更广阔等特点，受众面相对窄、知名度略低，但这一类典籍阅读、研究皆可，实属雅俗共赏，如《资治通鉴》《孙子兵法》等。

(3)专业典籍。以总结行业经验为主要内容，知名度差异大，部分专业书籍家喻户晓而部分却鲜为人知。如文字音韵训诂类《说文解字》，谱录类《茶经》等流传广利用率高；而非知名地区的方志、非重要行业的书籍等则鲜为人知。

(4)晦涩难懂的典籍。或多或少有着内容偏僻、行文晦涩、文字难辨、甚至散轶严重等情况，受众少阅读量小，典型例子是一些文字难辨而无法阅读的书籍，如水书典籍，因晦涩难懂的文字导致利用率越来越低。

4.2 分类指导原则下的阅读推广模式

针对中国传统典籍进行基于内容、规模、难易、受众等标准的分类之后，进一步对读者逐一进行分析，根据不同读者类型提出相应的阅读推广模式，同时用具体案例阐释并佐证不同类别的传统典籍面对不同读者，应当如何进行阅读推广，将理论与实践紧密结合，更具指导性和可操作性。还应对每一个分类进行深入分析，然后针对每一个类别的特色、优劣、可行性等方面提出相应的阅读推广方法，并配以相应案例进行阐释和印证。总体框架详如图 1 所示：

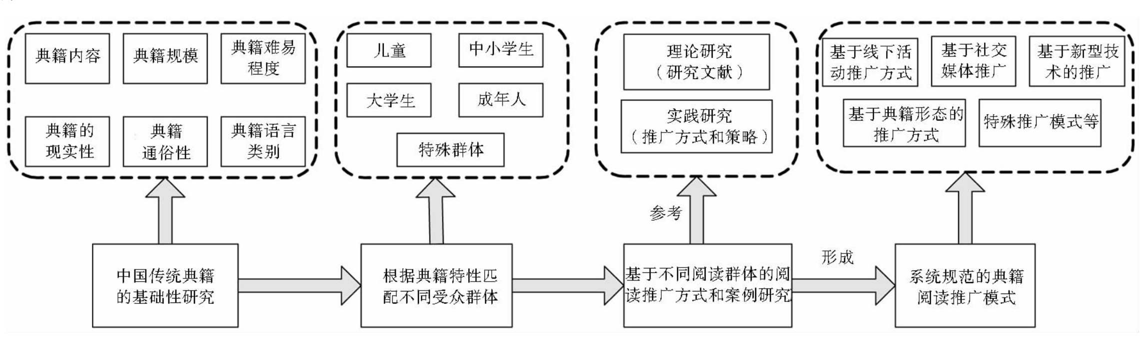


图 1 传统典籍阅读推广模式框架

4.2.1 基于线下活动的推广模式 线下活动是最常见的方式,以传统典籍为基础和主题的讲座、展览、征文、读书会、选书会、阅读分享会、书目推荐、主题讲演辩论等形式遍地开花。究其原因,基于线下活动的推广模式具有易操作、易接受、互动性强、参与度高、信息接受度高等优势特点。但该模式也有瑕疵,比如局限于固定场地和时间,如能与多媒体技术相结合,这些常见的模式必将继续发展。红极一时的百家讲坛系列就是将普通的传统典籍讲座通过新技术转型获得巨大成就的典型案例,不仅让枯燥的传统典籍变得有趣,更带动周边产品发展。

4.2.2 基于文献类型的推广模式 利用报刊杂志等传统纸媒作为阅读推广平台是另一种常见模式,专业如《古籍新书报》,普遍如报刊杂志中的传统典籍专栏或专版。随着网络和社交媒体的发展,依靠网站、微博、微信、各类程序的新推广模式剧增,以“传统典籍”为主题的鉴赏类、诵读类、学术研究类网站不断增加,如教育部主办的“中华诵经典诵读行动”专题网站、大批公共图书馆及高校图书馆微博及微信账号。这些推广模式的共同点是以坚持传统典籍文献本身为基础,通过不断解读文献和改变阅读方式来推广。此外,数据库方面中华经典数据库、雕龙中国古籍数据库、古籍馆数据库等均为传统典籍推广的重要平台。

4.2.3 基于新技术的推广模式[14] 新技术给传统典籍的推广带来了新的契机,基于虚拟现实的阅读推广成为新热点。通过逼真的虚拟阅览环境促使阅读行为的发生。如通过 VR 技术构建图书馆虚拟环境,强烈的代入感使得阅读体验感大幅上升;近年来虚拟图书馆热度不减,读者在任何有网络的地方均可享受阅读;为阅读行为的发生提供了有利的阅读条件和阅读选择。

4.2.4 多媒体及其他推广模式 多媒体通过图像、声音、视频、文本等多种形式具有极大的信息传播优势,最大程度发挥出多媒体技术的优势,必将为中国传统典籍的阅读推广注入鲜活生命力。如以传统典籍为基础的综艺节目《诗书中国》《中国汉字大会》成为全国级热点带动传统典籍阅读热潮;影视化方面,以四大名著为首的大批传统典籍同名影视剧家喻户晓,纪录片《布衣中国》《唐之韵》《园林》等让人在影视美学中品味传统典籍之美。

5 不同群体的分类指导阅读推广策略与案例

按照“最大程度、最优方式地推广传统典籍”为目标和纲领,笔者研究了基于阅读推广的传统典籍分类、经典书目建设,之后应针对分类制定相符的阅读推广方案并提出相对应的策略,将理论与实践紧密集合,以期形成传统典籍灵活的阅读推广流程规范。

5.1 面向儿童的中国传统典籍推广策略

针对学龄前儿童的推广方式应时间短、形式新、浅显易懂、互动力强,在互动娱乐过程中完成学习与接受。如经典名著启蒙动画《西游记的故事》通过“萌版”主角形象,简化故事结构,增加趣味性和画面色彩度,让低龄儿童看懂并接受故事。幼儿启蒙教育中最常见的将文字与音乐有机结合,以唱为主,节奏活泼、唱词朗朗上口,在说唱中完成阅读。再如“卡片式教学”,将典籍内容以卡片形式呈现,在互动中完成阅读。

5.2 面向中小学生的中国传统典籍推广策略

针对中小学生的推广方式应课堂内外、学校家庭社会多方配合进行,由课堂延展到自由自主,由指导阅读过度到自主阅读,建议课堂上增加传统典籍的学习要求,以“刚需”带动阅读兴趣。诵读是中小学阅读推广中的重点之一,可多组织诵读会、朗读活动,合理使用“朗读亭”。著名作曲家谷建芬创作的《新学堂歌》系列 20 余首已进入全国多所中小学,普及度非常高。此外,深圳、杭州、厦门市少年儿童图书馆针对 18 岁以下人群进行了以年龄为标准的更细致的分级阅读,在传统典籍推广中非常值得借鉴。

5.3 面向大学生的中国传统典籍推广策略

针对大学生的推广方式应为引导参与阅读,提供更多阅读渠道方式,改善阅读条件,充分利用高校图书馆对大学生进行阅读推广,积极培养馆内学生志愿者、成立实体读书会等。更多的需要采用新媒体方式进行阅读推广,综合利用微博、微信、与学工系统绑定的邮箱、借阅系统中的书评等方式, 拓展到拍摄与传统典籍有关的音视频、静态电影等互动形式,更可以尝试将书评与近年大火的“弹幕”相结合,让“书评”重获生命力。

5.4 面向成年人的中国传统典籍推广策略

针对成年人的推广方式应多提供特色鲜明、内容明确的阅读方式,求同存异,各具特色,使有阅读需求的选择符合自己要求的传统典籍,无意进行阅读的被吸引住转而自动自发进行阅读。有较多先例可循:比如“全民阅读”“书香中国”理念的提出,对于社会氛围的营造有较强的指导和引导作用;同时将碎片化阅读方式贯穿于传统典籍阅读全过程中,大篇幅内容更需要“碎片化”,在碎片时间中完成碎片化阅读,提升阅读量。

5.5 面向特殊群体的中国传统典籍推广策略

针对特殊群体的推广方式应特别重视“差别对待”,制定并提供专门的特殊阅读方式。针对视障群体制作盲文书籍,充分利用音频工具和平台,比如中国盲人协会推出的“有声数字图书馆”。针对听障群体翻译成手语版本,利用手语及眼动辅助聋哑人阅读,充分使用“字幕”,合理运用“图像+字幕”的推广模式。针对肢体残疾人士群体应充分考虑缺失肢体部分对阅读的障碍以提供合理推广方式。

6 结语

通过系统研究我国传统典籍的内容,基于阅读推广的各项要求建立起了一套以阅读推广为基础的分类体系,提出面向不同的阅读群体提出各具特色的推广模式,并针对具体分类阅读推广的同时也建立传统典籍阅读推广的通用范式,促进传统典籍阅读的高效推广与可持续性发展。研究了面向图书馆阅读推广工作,从典籍规模、难易、语言、受众等方面对中国传统典籍进行细致分类指导,以此分类为基础提出各类不同推广策略,使之成为传统典籍阅读推广活动的基本指导思想,让传统典籍由晦涩难懂、曲高和寡变成雅俗共赏、老少咸宜,从而带动形成全民阅读传统典籍的风气,让国民发自内心的认同并弘扬中华民族悠久且优秀的民族文化。

参考文献:

[1] 朱春艳,华薇娜,张焱. 国内阅读推广研究主题分析 [J]. 图书情报工作,2016,60(17):142-148.
[2] 吴晞. 任务、使命与方向:图书馆的阅读推广工作[J]. 图书馆杂志,2014,33(4):18-22.
[3] 郭文玲. 高校图书馆阅读推广策略分析与研究[J]. 图书馆论坛,2012(6):55-56.
[4] 薛瑛. 创新读者服务的阅读推广策略——古籍体验活动[J]. 信息化建设,2016(12):315-315.
[5] 徐琼. 建立高校图书馆全方位阅读推广模式的探索[J]. 新世纪图书馆,2013(2):62-65.
[6] 刘开琼. 高校图书馆阅读推广模式探究[J]. 图书馆研究,2013,43(2):64-67.
[7] 陈淑英,张艳华,尹雪艳,等. 基于认知需求的高校图书馆阅读推广制约因素及措施研究[J]. 现代情报,2015,35(7):139-143.
[8] 曾淑贤. 推动古今经典导读,提升民众文化素养——台湾汉学研究中心阅读推广经验分享[J]. 新世纪图书馆,2015(10):49-52.
[9] 周永春.《广州大典》的出版及价值探析[J]. 河南图书馆学刊,2017,37(6):93-94.
[10] 李晓娟,任思琪,黄国彬. 国外高校图书馆应用增强现实技术的案例研究[J],图书情报工作,2015,59(11):73-81.
[11] 桑丽影. 公共图书馆古籍阅读推广现状调查研究[J]. 图书馆学研究,2017(14):50-52.
[12] 谌东飚. 高校理工科学生传统文化典籍阅读缺位的思考[J]. 湖南文理学院学报(社会科学版),2006,31(1):121-123.
[13] 张春峰,丁玉东,石伟铂. 基于市场细分的大一新生阅读推广研究——以燕山大学为例[J]. 图书情报工作,2016,60(4):68-72.
[14] 王彦力,刘芳兵,杨新涯. 以信息技术为支撑的阅读推广模式研究[J]. 大学图书馆学报,2016(4):30-35.

作者贡献说明:
王彦力:文献搜集、文章撰写;
冉蔚然:数据收集及整理;
杨新涯:文章结构把握及润色。

A Study on the Modes of Reading Promotion of Traditional Chinese Classics Based on Classified Guidance

Wang Yanli Ran Weiran Yang Xinya
Chongqing University Library, Chongqing 400044

Abstract: [**Purpose/significance**] This paper aims to enhance the reading promotion of traditional Chinese classics, proposes to offer specific guidance with respect to the different classifications of traditional Chinese classics, and presents targeted promotion strategies based on the aforementioned classifications. [**Method/process**] By studying and analyzing the existing promotion models of traditional Chinese classics as well adopting the method of case study, this paper defines the scope of traditional Chinese classics appropriate for reading promotion and establishes a bibliographic classification system on the basis of reading promotion. [**Result/conclusion**] The result of this paper shall be a well-established autonomous classification system based on the reading promotion of traditional Chinese classics. Furthermore, promotion models with distinctive features are targeted at different reading groups. Overall, this paper contributes to the efficient and sustainable development of the reading promotion of traditional Chinese classics.

Keywords: Chinese classic classified guidance on traditional modes of reading promotion